



www.jn.pt

Solidez, confiança e grande proximidade com os leitores, são os valores que orientam a acção do Jornal de Notícias (JN). A aposta, todos os dias e todos os minutos, na nova plataforma, em conteúdos úteis e relevantes para quem o prefere, vai a par com a objectividade e rigor com que os diversos temas são abordados. Profissionais atentos, dedicados e experientes fazem diariamente do Jornal de Notícias, “o jornal em que milhões confiam”.

Valores da Marca

O Jornal de Notícias completou 120 anos de existência no dia 2 de Junho de 2008.

Aproveitando esta data comemorativa, o jornal remodelou-se gráfica e editorialmente, tendo, ao mesmo tempo, lançado uma fortíssima aposta no online (www.jn.pt - o primeiro site de um meio de comunicação social português), com novas funcionalidades de vídeos, reportagens multimédia, chat com os leitores e blogues. Os números ajudam a perceber a importância do trabalho feito no online. Em 2008, o JN tinha perto de seis milhões de “page views” e hoje tem cerca 12 milhões e três milhões de utilizadores individuais. Duplicou o resultado.

Produtos e Desenvolvidimentos Futuros

Parte do sucesso do JN tem a ver com o facto de este jornal se ter tornado um produto indispensável para todas as faixas de leitores, como mostram os estudos feitos sobre esta matéria. A riqueza e relevância dos seus conteúdos – que vão desde a sociedade à economia, passando pela política, pela polícia e tribunais, lazer, desporto, cultura, televisão, temas

internacionais, anúncios classificados, entre outros – justificam bem a confiança depositada no JN pelo mais de um milhão

de leitores que diariamente não dispensa a sua leitura. Esta diversidade reflecte-se, desde logo, em termos de produto físico, nos vários suplementos e revistas que completam o corpo principal do JN. JN Classificados: cadernos diários de classificados, cuja relevância junto dos leitores traduz a forte relação que o jornal tem com a comunidade. JN Negócios: trata dos assuntos que interessam aos consumidores num suplemento publicado à sexta-feira. Notícias TV: revista de televisão, à sexta-feira. Notícias Sábado: revista de sábado, de interesse geral. Notícias Magazine: revista de domingo, a mais lida do país, com conteúdos de interesse geral e mais orientada para o público feminino. Inclui o suplemento infantil Terra do Nunca. Tal como tem sido desde sempre a sua preocupação, o JN vai continuar a procurar a melhor forma de, a cada dia, satisfazer os leitores onde, quando e como eles quiserem. Isto implica, entre outros, novos suportes de comunicação, novas formas de participação e envolvimento na sociedade e mecanismos ágeis de resposta e comunicação. São desafios que uma



marca como o Jornal de Notícias deverá encarar com a responsabilidade de ser, para milhões de leitores, “um jornal de confiança”.

Mercado

No segmento dos jornais diários de informação geral, tendo em conta o estudo Barème Imprensa da Marktest, referente ao primeiro trimestre do ano de 2009, o Jornal de Notícias é lido todos os dias, em média, por mais de 1.000.000 de pessoas (12,2 % - 1.0014.000). 121 Anos depois, o JN mostra que continua a ser um jornal de confiança, de proximidade e credível junto dos que o preferem diariamente. As revistas que integram o JN ao fim-de-semana são também motivo de orgulho, pois a Notícias Magazine (NM – 11,9%) e a Notícias TV (7,8%) são líderes nas suas categorias. Aos sábados, a Notícias Sábado apresenta um crescimento notável (NS – 8,4%). O suplemento diário “JN Classificados” assume também a liderança de audiência (4,2%), bem como o suplemento de Economia que é o mais lido entre os jornais diários com 4,5%, o que traduz a forte relação que o JN tem com a comunidade. No que diz respeito a circulação paga, e segundo a Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação, o Jornal de

Notícias encontra-se inserido no segmento de informação generalista diária paga que faz circular mais de 339 mil exemplares por dia, onde detém uma quota de mercado de 30%, relativamente ao ano de 2008.

Comunicação

As acções de comunicação e marketing que a marca Jornal de Notícias empreende têm, tal como a área editorial, o leitor como base e ponto de partida. Nesse sentido, seja para premiar os leitores fiéis ou conquistar novos leitores, os produtos e serviços associados ao jornal têm em comum o facto de serem actuais, relevantes, úteis e atractivos, revestindo-se de valor percebido significativo e justificando, por conseguinte, o sucesso da grande maioria das iniciativas que o JN lança permanentemente para o mercado. A preocupação em conhecer cada vez melhor os seus leitores, os seus hábitos e estilo de vida, é crescente para o bom planeamento destas iniciativas, pois é imperativo conhecer de perto e atempadamente as necessidades do mercado, para não só reagir como também, e de preferência, antecipá-las e surpreender o leitor. Só assim se podem, de facto, inovar. A Galeria do Jornal de Notícias tem, desde 2006, uma programação regular de exposições de artistas nacionais e internacionais de renome. Estas exposições, ao trazerem muitos visitantes ao edifício do JN, proporcionam um contacto positivo entre leitores e não leitores e a marca, reforçando também a sua função educacional, social e cultural.

Vantagens Competitivas

A forte ligação que estabeleceu e mantém com a comunidade é, inquestionavelmente, um dos principais factores de sucesso e diferenciação do Jornal de Notícias. A par disso, o JN nunca deixou de se envolver em causas sociais e projectos de relevo para a sociedade, abrangendo todos os estratos sociais e idades. Os projectos educacionais são disso exemplo e reforçam o seu posicionamento enquanto jornal para toda a família. Manter os leitores



entre | palavras

5ª fórum da leitura e debate de ideias

Factos que desconhece

A edição em Braille do JN é feita bimensal e chega a cerca de 900 pessoas por edição.

1.200 escolas de todo o país participam na iniciativa “Entre|Palavras”, criada pelo JN desde 2003. Esta acção envolve um universo de 325.000 alunos e mais de 32.000 professores.

Porque o Jornal de Notícias é um jornal atento e com responsabilidade social, nos últimos meses, distribuímos “sorrisos” por mais de 150 Instituições de Solidariedade Social, tendo contactado com mais de 10.000 pessoas.

Prémio D. M.ª da Luz – sob o legado em testamento datado de 22 Fevereiro de 1963, por D. Maria da Luz Araújo e Castro, o Jornal de Notícias, premeia todos os anos aqueles que bem tratam os animais.

Os fundadores do JN foram: Anibal Morais, que acumulou com o cargo de director e Pacheco de Miranda, director durante 36 anos que, com Freitas Cruz foi o grande responsável pelo enorme impulso que o jornal conheceu nas décadas de 60 e 70, levando-o aos primeiros lugares entre a Imprensa portuguesa, lugar que ainda hoje mantém. Actualmente a direcção é exercida pelos jornalistas José Leite Pereira, Alfredo Leite e Paulo Ferreira.

interessados e envolvidos, passa também por criar relações bilaterais e mecanismos eficazes de comunicação entre ambas as partes, aspecto que o JN tem mantido ao longo da sua actuação.

1928

Início do Concurso “Quadras de S. João”, concurso mais antigo da imprensa nacional, que este ano conta com a 81.ª edição.

2008

Reformulação do online, que conta hoje com 12 milhões de “page views” e 3 milhões de utilizadores individuais.

1995

Criação do “jn.pt”, o primeiro site de um meio de comunicação social português.

2009

Lider de audiências (1.ª tr 09 – Barème) mais de 1.000.000 de leitores/média dia.